



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**STRATEGI DAN METODE KOMUNITAS *HIJABERS* DI CIREBON  
DALAM PENGEMBANGAN AKTIVITAS EKONOMI  
(STUDI ATAS *CIREBON HIJABERS COMMUNITY/CHC* DI CIREBON)**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat  
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I)  
pada Jurusan Muamalah Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

**Disusun Oleh:**

**ERIN RISMAYA**  
**NIM: 14112210045**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
SYEKH NURJATI CIREBON**

**2015 M/1436 H**



## ABSTRAK

**Erin Rismaya NIM: 14112210045 “Strategi dan Metode Komunitas *Hijabers* di Cirebon dalam Pengembangan Aktivitas Ekonomi (Studi atas *Cirebon Hijabers Community/CHC*). Skripsi 2015.**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi dan metode pengembangan aktivitas ekonomi pada komunitas *Hijabers* di Cirebon. Penelitian ini dilakukan dengan mengingat perlunya informasi dan pengetahuan tentang sebuah komunitas yang memiliki program pengembangan ekonomi. *Hijabers* di Cirebon yang eksis selama tiga tahun terakhir dijadikan sebagai objek penelitian ini, karena karakteristik dan strategi gerakan ekonominya yang terbilang berkembang.

Secara metodologi, penelitian ini menggunakan prosedur penelitian kualitatif dengan memanfaatkan pendekatan sosiologi-ekonomi. Adapun temuan-temuan penelitian ini antara lain: Pertama, komunitas *hijabers* di Cirebon terbentuk seiring berkembangnya komunitas-komunitas *Hijabers* di berbagai kota. Program kegiatannya pun meluas hingga ranah aktivitas ekonomi. Kedua, dalam menjalankan bisnisnya, komunitas *Hijabers* ini memiliki strategi dan metode pengembangan aktivitas ekonomi, yang meliputi penguatan konsep dan bauran pemasaran, strategi dan metode bersaing, perluasan jaringan bisnis, hubungan antara *supplier* dan konsumen, bisnis yang bersifat islami dan tahapan usaha yang sistematis. Ketiga, semua strategi dan metode tersebut dapat berkembang karena faktor-faktor pengembangan aktivitas ekonomi yang meliputi sumber daya manusia islami, permodalan, manajemen, budaya dan faktor dukungan dari instansi atau pihak lain.

Kata kunci: *Cirebon Hijabers Community*, strategi dan metode pengembangan ekonomi, faktor-faktor pengembangan ekonomi.

## ABSTRACT

**Erin Rismaya NIM: 14112210045. “Strategy and method of Cirebon Hijabers community in development economy activities (Study at Cirebon Hijabers Community/CHC)”. Thesis 2015.**

*The aims of this research is to describe strategy and method in economy activities development at Cirebon Hijabers Community. This research conducted based on the information and knowledge about a community which has a program in economy development. Hijabers in Cirebon which exist since three years ago became the object of this research, because characteristics and strategy of economy movement of its community has been increased.*

*Based on methodology, this research used qualitative as research procedure with sociology-economy approach. While, the research findings of this research are: First, hijabers community in Cirebon created because of hijabers communities development in around cities. Activity program in this community is widely until aspect of economy activity. Second, in conducting bussiness, this hijabers community has strategy and method in economy activity development, it consists of concept strengthening and marketing mix, strategy and method competition, development of bussiness network, relation between supplier and consument, islamic bussiness and bussiness stages in systematically. Third, all strategies and methods can develop because there are factors of economy activities development which consists of islamic human resources, capital, management, society and support from other companies.*

**Keywords:** Cirebon Hijabers Community, strategy and method in economy development, factors of economy development





## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “STRATEGI DAN METODE KOMUNITAS **HIJABERS** DI CIREBON DALAM PENGEMBANGAN AKTIVITAS EKONOMI (Studi atas *Cirebon Hijabers Community/CHC* di Cirebon” oleh Erin Rismaya, NIM 14112210045, telah diujikan dalam sidang munaqosyah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE.I) pada Program Studi Muamalah Ekonomi Perbankan Islam Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, 03 Juni 2015

### Sidang Munaqosyah

Ketua,



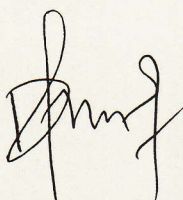
**H. Juju Jumena, SH., MH**  
NIP.19720514 200312 1 003

Sekretaris,



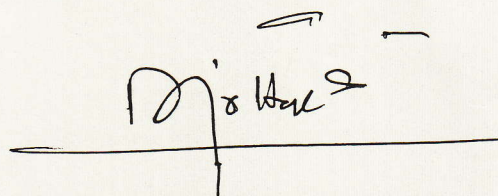
**Eef Saefulloh, S.Ag., MHI**  
NIP. 19760312 200312 1 003

Penguji I,



**Diana Djuwita, MM**  
NIP. 19800314 200801 2 018

Penguji II,



**H. Djohar Arifin, SE, S.Ag., MA**  
NIP. 19570303 198103 1 008



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....</b>	<b>xix</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	 <b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	8
1. Identifikasi Masalah .....	8
2. Pembatasan Masalah .....	8
3. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Penelitian Terdahulu .....	10
F. Kerangka Pemikiran.....	14
G. Metodologi Penelitian .....	15
H. Sistematika Penulisan.....	21
I. Lokasi dan Rencana Waktu Penelitian.....	22





## **BAB II PERKEMBANGAN *CIREBON HIJABERS COMMUNITY* (CHC).21**

A. Sejarah Berdirinya <i>Cirebon Hijabers Community</i> (CHC) .....	23
B. Profil <i>Hijabers Community</i> .....	29
C. Struktur Kepengurusan .....	30
D. Tujuan <i>Cirebon Hijabers Community</i> .....	31
E. Karakteristik <i>Hijabers Community</i> di Cirebon .....	32
F. Program Kegiatan <i>Hijabers Community</i> di Cirebon .....	35
G. Perkembangan Cirebon <i>Hijabers Community</i> .....	39
H. Identitas Komunitas .....	44

## **BAB III STRATEGI DAN METODE PENGEMBANGAN AKTIVITAS EKONOMI *CIREBON HIJABERS COMMUNITY* (CHC).....46**

A. Penguatan Konsep dan Bauran Pemasaran .....	46
A.1. Penguatan Konsep Pemasaran .....	46
A.2. Bauran Pemasaran .....	55
a. Strategi produk .....	55
b. Strategi Distribusi .....	61
c. Strategi Harga .....	67
d. Strategi Promosi .....	70
B. Strategi dan Metode Bersaing .....	71
B.1. Strategi Bersaing Bauran Pemasaran.....	72
a. Strategi produk .....	72
b. Strategi Distribusi .....	72
c. Strategi Harga .....	72
d. Strategi Promosi .....	72
B.2. Strategi Bersaing STP.....	73
a. <i>Segmentation</i> (segmentasi).....	73
b. <i>Targeting</i> .....	74
c. <i>Positioning</i> .....	74
C. Hubungan antara <i>Supplier</i> dan Konsumen.....	75
D. Bersifat Islami .....	77
E. Tahapan Usaha yang sistematis .....	79

## **BAB IV FAKTOR-FAKTOR PENGEMBANGAN AKTIFITAS EKONOMI CIREBON HIJABERS COMMUNITY (CHC)..... 83**

A. Sumber Daya Manusia Islami .....	83
B. Permodalan .....	87
C. Manajemen .....	92
1. Manajemen Operasional .....	92
2. Manajemen Risiko .....	94
D. Faktor budaya .....	96
E. Faktor Dukungan dari Instansi atau Pihak Lain .....	100
F. Penggunaan Teknologi .....	104

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	107
B. Saran .....	108

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka Berpikir .....	15
Gambar 2.1	Logo <i>Cirebon Hijabers Community</i> .....	24
Gambar 2.2	Pendirian <i>Cirebon Hijabers Community</i> .....	25
Gambar 2.3	Struktur Kepengurusan <i>Cirebon Hijabers Community/CHC</i> ...	30
Gambar 2.4	Foto bersama di komunitas <i>Hijabers Cirebon</i> .....	36
Gambar 2.5	Kumpulan produk daur ulang dari barang bekas .....	37
Gambar 2.6	Program Kegiatan Gerakan Peduli Mukena Bersih .....	37
Gambar 2.7	<i>Cirebon Hijabers Community</i> Kembali ke Sekolah lagi.....	38
Gambar 2.8	Pendirian <i>Cirebon Hijabers Community</i> .....	39
Gambar 2.9	<i>Sharing</i> antar sesama <i>Cirebon Hijabers Community</i> .....	42
Gambar 2.10	<i>Silaturahmi Cirebon Hijabers Community</i> .....	43
Gambar 2.11	<i>Sharing</i> Ilmu dan kegiatan Sosial <i>Cirebon Hijabers Community</i> .....	43
Gambar 2.12	<i>ID Card Cirebon Hijabers Community</i> .....	44
Gambar 3.1	Pusat Hijabstory di jalan Tuvaref, Cirebon .....	49
Gambar 3.2	Konsep Pemasaran .....	50
Gambar 3.3	Hubungan Antara Komponen Penentuan Posisi dan Penetapan Pasar Sasaran .....	53
Gambar 3.4	<i>Stand</i> penjualan busana Muslimah dan aksesoris <i>hijab</i> pada acara Buka bersama di Atrium Grage .....	54
Gambar 3.5	Siklus Kehidupan Produk dan <i>Marketing Mix</i> .....	60
Gambar 3.6	Siklus Hidup Gaya, Mode, Keisengan .....	60
Gambar 3.7	Alternatif Strategi Distribusi .....	63
Gambar 3.8	Proses Dalam Penjualan Menurut Pakar Periklanan Internasional .....	67
Gambar 3.9	Aktivitas ekonomi komunitas <i>Hijabers Cirebon</i> .....	79
Gambar 4.1	Anggota <i>Cirebon Hijabers Community</i> .....	83
Gambar 4.2	Kegiatan usaha anggota CHC dengan membuka beberapa <i>stand</i> .....	86
Gambar 4.3	Saat menjadi Bintang tamu di Atrium <i>Mall Grage Cirebon</i> ....	85



Gambar 4.4	Struktur Manajemen Hijabstory .....	89
Gambar 4.4	<i>Cirebon Hijabers Community Fashion Show</i> dengan beberapa <i>cluster batik</i> .....	99



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Brand Produk Hijabstory .....	51
Tabel 4.1	Konseptualisasi Perubahan Antropologis, Ekonomi, dan Sosial....	97



## DAFTAR LAMPIRAN

Surat Pra Observasi

Surat Permohonan Observasi

Jadwal Pelaksanaan Proposal dan Skripsi

Surat Keputusan Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Surat Pengantar Penelitian

Pedoman wawancara

Hasil wawancara

Formulir pendaftaran *Cirebon Hijabers Community/CHC*

Surat Tanggapan dari *Cirebon Hijabers Community/CHC*

Surat Tanggapan dari Hijabstory



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengemukakan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalihan huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf latin beserta perangkatnya. Menurut Kamus Besar Indonesia, transliterasi atau alih huruf adalah penggantian huruf dari huruf abjad yang satu ke abjad yang lain (terlepas dari lafal bunyi kata yang sebenarnya). Berdasarkan SKB Menteri Agama dan Menteri P & K RI No. 158/1987 dan No. 0543 b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	-	tidak dilambangkan
ب	bā'	B	-
ت	tā'	T	-
ث	□ā'	□	s dengan satu titik di atas
ج	Jīm	J	-
ح	□ā'	□	h dengan satu titik di bawah
خ	khā'	Kh	-
د	Dāl	D	-
ذ	Ẓāl	Ẓ	z dengan satu titik di atas
ر	rā'	R	-
ز	Zāi	Z	-
س	Sīn	S	-
ش	Syīn	Sy	-
ص	□ād	□	s dengan satu titik di bawah
ض	□ād	□	d dengan satu titik di bawah
ط	□ā'	□	t dengan satu titik di bawah
ظ	□ā'	□	z dengan satu titik di bawah
ع	□ain	□	koma terbalik
غ	Gain	G	-
ف	fā'	F	-



ق	Qāf	Q	-
ك	Kāf	K	-
ل	Lām	L	-
م	Mīm	M	-
ن	Nūn	N	-
هـ	hā'	H	-
و	Wāwu	W	-
ء	Hamzah	tidak dilambangkan atau '	apostrof, tetapi lambang ini tidak dipergunakan untuk hamzah di awal kata
ي	yā'	Y	-

## B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda *syaddah*, ditulis rangkap. Contoh:

رَبَّنَا	Ditulis	Rabbanâ
قَرَّبَ	Ditulis	Qarraba
الْحَدُّ	Ditulis	al-□addu

## C. Tā' Marbūḥah di akhir kata

Transliterasinya menggunakan :

1. *Tā' Marbūḥah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya *h*, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia, seperti *salat*, *zakat*, dan sebagainya. Contoh:

طَلْحَة	Ditulis	□alḥah
التَّوْبَة	Ditulis	al-taubah
فَاطِمَة	Ditulis	Fātimah

2. Pada kata yang terakhir dengan *Tā' Marbūḥah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūḥah* itu ditransliterasikan dengan *h*.

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	Ditulis	rau□ah al-a□fāl
-----------------------	---------	-----------------

3. Bila dihidupkan ditulis *t*.



رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	Ditulis	rau□atul a□fāl
-----------------------	---------	----------------

Huruf ta marbutah di akhir kata dapat dialihaksarakan sebagai **t** atau dialihbunyikan sebagai **h** (pada pembacaan waqaf/berhenti). Bahasa Indonesia dapat menyerap salah satu atau kedua kata tersebut.

#### D. Vokal Pendek

Fathah	Ditulis	A	كَسَرَ	Ditulis	Kasara
Kasrah	Ditulis	I	يَضْرِبُ	Ditulis	ya□ribu
Dammah	Ditulis	U	سُئِلَ	Ditulis	su'ila

#### E. Vokal Panjang

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf/transliterasinya berupa huruf dan tanda. Vokal panjang ditulis, masing-masing dengan tanda hubung (-) di atasnya atau biasa ditulis dengan tanda caron seperti (â, î, û). Contoh:

قَالَ	Ditulis	Qâla
قِيلَ	Ditulis	Qîla
يَقُولُ	Ditulis	Yaqûlu

#### F. Vokal Rangkap

1. Fathah + yâ' tanpa dua titik yang dimatikan ditulis *ai* (أَي). Contoh:

كَيْفَ	Ditulis	Kaifa
--------	---------	-------

2. Fathah + wāwu mati ditulis *au* (او). Contoh:

هَوَّلَ	Ditulis	Haula
---------	---------	-------

#### G. Vokal-vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata

Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata, dipisahkan dengan apostrof (') apabila ia terletak di tengah atau akhir kata. Apabila terletak di awal kata, transliterasinya seperti huruf alif, tidak dilambangkan. Contoh:

تَأْخُذُونَ	Ditulis	ta'khuzûna
-------------	---------	------------





تُؤْمَرُنْ	Ditulis	tu'maruna
سَيَّءٌ	Ditulis	syai'un

## H. Kata Sandang Alif + Lam (ال)

Transliterasi kata sandang dibedakan menjadi dua macam, yaitu :

### 1. Kata sandang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu atau huruf lam diganti dengan huruf yang mengikutinya. Contoh:

الرَّحِيمُ	Ditulis	ar-Rahîmu
الرجال	Ditulis	ar-rijâl
الشَّمْسُ	Ditulis	as-syamsu

### 2. Kata sandang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditulis *al-*. Contoh:

الْمَلِكُ	Ditulis	al-Maliku
الكافرون	Ditulis	al-kâfirûn
الْقَلَمُ	Ditulis	al-qalamu





## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Manusia adalah makhluk sosial, yaitu makhluk yang tidak bisa hidup sendiri karena membutuhkan orang lain untuk menemani dan menjalani hidup selamanya. Hidup bersama tersebut dinamakan “bermasyarakat”<sup>1</sup>. Oleh karena itu, tidak heran jika banyak ditemukan masyarakat yang hidup secara berkelompok, bahkan sampai ada yang membentuk sebuah komunitas.

Sewaktu mereka bekerja memecahkan suatu masalah tertentu, biasanya anggota-anggota kelompok yang bersangkutan semakin dekat sehingga timbul suatu perasaan loyalitas kelompok.<sup>2</sup> Hal tersebut yang mendorong sebagian masyarakat untuk mendirikan atau membentuk suatu komunitas dengan harapan mampu memperkuat tali persaudaraan antar sesama melalui komunitas.

Dalam kehidupan bermasyarakat tentu terdapat adat atau kebiasaan yang terjadi dalam masyarakat itu sendiri. Adat atau kebiasaan adalah setiap tindakan dan perbuatan seseorang yang dilakukan secara berulang-ulang dalam bentuk yang sama sehingga menjadi kebiasaan, seperti berpakaian, makan, tidur, olahraga dan sebagainya. Dalam sebuah komunitas yang telah terbentuk, tentu juga memiliki adat atau kebiasaan yang sering dilakukan secara bersama yang merupakan program kegiatan dalam komunitas tersebut, sehingga komunitas tersebut memiliki eksistensi dalam suatu bidang tertentu. Hal tersebut merupakan gejala sosial karena terbentuk dari adanya interaksi sosial yang terdapat dalam suatu komunitas.<sup>3</sup>

Setiap gejala sosial memiliki fenomena yang dapat diungkapkan oleh peneliti. Gejala sosial dimaksud adalah suatu fenomena yang menandakan adanya realitas sosial yang penting untuk diungkapkan.<sup>4</sup> Realitas sosial itu

<sup>1</sup> AR Zahrudin dan Sinaga Hasanuddin, *Pengantar Studi Akhlak* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), 134.

<sup>2</sup> Winardi, *Manajemen Perilaku Organisasi* (Jakarta: Kencana, 2004), 409.

<sup>3</sup> AR Zahrudin dan Sinaga Hasanuddin, *Pengantar Studi Akhlak* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), 135.

<sup>4</sup> Soetandyo Wignyosoebroto, *Norma dan Nilai Sosial* (Jakarta: Kencana, 2004), 23.



ada dua, yaitu realitas potensial dan realitas aktual. Realitas potensial adalah realitas yang secara potensial dapat diungkapkan oleh peneliti melalui pengamatan yang mendalam dan kajian yang panjang, sedangkan realitas aktual adalah realitas yang dapat langsung diamati melalui penginderaan. Munculnya sekelompok masyarakat yang membentuk sebuah komunitas dewasa ini merupakan realitas aktual karena dapat diamati secara langsung melalui pengindraan namun juga merupakan realitas potensial karena pengamatan atau penelitian dapat dilakukan secara mendalam melalui proses pengkajian yang panjang.<sup>5</sup> Realitas yang terjadi dewasa ini ialah berkembangnya para umat muslimah yang mengenakan *hijab* atau jilbab secara terus-menerus dan meningkat. Bahkan sampai ada yang membentuk sebuah komunitas *hijab* (*Hijabers Community*) yang semua para anggotanya mengenakan *hijab* dan pakaian muslimah.

Konsep pembangunan bangsa dan rakyat Indonesia tidak dapat dilepaskan dari pembangunan umat Muslim. Rakyat Indonesia tidak akan makmur jika mayoritas penduduknya yang beragama Islam tidak makmur. Oleh karena itu, pemberdayaan ekonomi rakyat dapat dianalogikan dengan perang melawan salah satu musuh agama, yaitu kemiskinan. Proses pemusnahan musuh dalam Islam dapat dilakukan oleh kelompok-kelompok (*tsubata*) dan kemudian secara massal atau jamaah.<sup>6</sup> Hal ini yang mendorong terbentuknya suatu komunitas yang kemudian melakukan suatu aktivitas ekonomi.

Peranan perempuan dalam pembangunan, secara resmi diakui di Indonesia, sejak tahun 1987 seorang menteri khusus ditunjuk untuk memonitor dan menggerakkan kebijakan untuk meningkatkan peranan perempuan ini.<sup>7</sup> Oleh karena itu, pada era yang telah berkembang ini banyak para perempuan yang juga turut andil dalam berbagai kegiatan ekonomi demi kemajuan pembangunan, salah satunya pada *Hijabers Community* atau komunitas pemakai *hijab* yang semua anggotanya merupakan perempuan.

<sup>5</sup> Piotr Sztompka, *Sosiologi Perubahan Sosial* (Jakarta: Prenada, 2004), 251.

<sup>6</sup> Bisri Cik Hasan dan Eva Rufaidah, *Model Penelitian Agama dan Dinamika Sosial* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), 232.

<sup>7</sup> Frans Husken, Mario Rutten dan Dirkse Jan-Paul, *Indonesia Di Bawah Orde Baru* (Jakarta: PT Grasindo, 1997), 153.



Saat ini ditemukan berbagai macam model *hijab* dan diterima dalam berbagai aktivitas keilmuan dan kerja berteknologi modern. *Hijab* muncul dimana-mana, kecuali di tempat-tempat yang dilarang atau yang tidak sesuai dengan kehormatan dan etika (*akhaq*).<sup>8</sup>

Saat ini yang dimaksud dengan *hijab* berbeda dengan pengertian yang digunakan Alqur'an adalah pakaian penutup yang digunakan perempuan muslim yang taat beragama, yaitu dengan menutup seluruh tubuhnya selain wajah dan dua telapak tangan, dan terkadang lebih spesifik lagi yaitu menutup kepala dan rambut.<sup>9</sup> Perintah pemakaian *hijab* ini telah tertera dalam firman Allah SWT. dalam surat An-Nur ayat 31.

وَقُلْ لِّلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَرِهِنَّ وَتَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلْيَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَىٰ جُيُوبِهِنَّ.....

Artinya: "Katakanlah kepada wanita yang beriman: "Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan kemaluannya, dan janganlah mereka Menampakkan perhiasannya, kecuali yang (biasa) nampak dari padanya."...

Sebab turunnya ayat ini adalah sebagaimana yang diceritakan oleh Muqatil bin Hayan (dalam Tafsir Ibnu Katsir) dia berkata: "Telah sampai berita kepada kami dan Allah Maha Tahu bahwa Jabir bin Abdullah Al-Anshari telah menceritakan bahwa Asma binti Murtsid tengah berada ditempatnya di Bani Haritsah. Tiba-tiba banyak wanita menemuinya tanpa menutup aurat dengan rapi sehingga tampaklah gelang-gelang kaki mereka, dada, dan kepong rambutnya. Asma bergumam: "Alangkah buruknya hal ini. maka Allah swt. menurunkan ayat ini".

Perintah untuk mengenakan *hijab* juga tercantum dalam firman Allah swt. surat Al-Ahzab ayat 59.

<sup>8</sup> Ahmad Al Raysuni dan Jamal Barut Muhammad, *Ijtihad Antara Teks, Realitas dan Kemaslahatan Sosial* (Jakarta: Erlangga, 2000), 26.

<sup>9</sup> Ahmad Al Raysuni dan Jamal Barut Muhammad, *Ijtihad Antara Teks, Realitas dan Kemaslahatan Sosial*, 25.



يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلْبِيبِهِنَّ ذَلِكَ أَدْنَى أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا ﴿٥٩﴾

Artinya: “Hai Nabi, Katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri orang mukmin: "Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka". yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu mereka tidak di ganggu. dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”

*Hijab* dalam bahasa Arab ialah mencegah, menutup dan menghalangi. Orang yang menjadi penghalang atau pencegah dinamakan *hijab*. Menurut istilah ulama mawaris (*faraid*) ialah mencegah dan menghalangi orang-orang tertentu dalam menerima seluruh pusaka semuanya ataupun sebagiannya karena ada seseorang yang lain atau *hijab*.<sup>10</sup>

Sementara itu Hazairin memberi defenisi tentang *hijab*, yaitu semacam sistem keutamaan yang menentukan siapa yang berhak menyingkirkan orang lain ikut serta dalam mawaris.<sup>11</sup>

Merujuk pada beberapa sumber yang telah mendefinisikan pengertian *hijab* tersebut di atas, menurut pendapat penulis, *hijab* adalah sebuah kain yang berfungsi sebagai penutup aurat perempuan sehingga menutupi seluruh badan kecuali wajah dan kedua telapak tangan sebagai wujud ketaatan terhadap perintah Allah swt. dalam Al-Qur'an, yakni pada surat an-Nur ayat 31 dan Al-Ahzab ayat 59 yang juga berfungsi sebagai penentu dalam mawaris.

Seiring berkembangnya zaman, pemakaian *hijab* oleh para wanita Muslimah semakin beragam terlebih setelah adanya kaum modernitas. Modernitas adalah munculnya indeks baru kehidupan manusia yang dibentuk dengan cara meningkatkan birokratisasi dan rasionalisasi beserta kapasitas teknis pertukaran global yang belum pernah terpikirkan pada zaman sebelum modern.<sup>12</sup>

<sup>10</sup> Teungku Muhammad Hasbi Ash Shiddiegy, *Fiqh Mawaris* (Semarang: PT Pusaka, 1997), 118.

<sup>11</sup> Abdullah Siddik, *Hukum Waris Islam* (Jakarta: Bina Pustaka, 1984), 59.

<sup>12</sup> Muhammad Asrori, *Study Islam Kontemporer* (Malang: UIN-Malang Press, 2009), 63.



Maksud dengan periode modern di sini adalah masa yang dimulai dari tahun 1800 sampai fase sekarang ini, yaitu merupakan zaman kebangkitan umat Islam. Ditandai dengan jatuhnya Mesir ke tangan Barat menginsyafkan dunia Islam akan kelemahannya dan menyadarkan umat Islam bahwa di Barat telah timbul peradaban baru yang lebih tinggi.<sup>13</sup>

Bagi banyak pengamat, sejarah Islam di masa modern pada intinya adalah sejarah dampak Barat terhadap masyarakat Islam, khususnya sejak abad ke-13 H - 19 M.<sup>14</sup> Pada era modern ini, para perempuan yang berhijab ini mulai merangkak menjadi seorang yang bergerak dalam bidang ekonomi khususnya dalam dunia *fashion* dengan tujuan untuk memberdayakan potensi ekonomi yang lebih sejahtera dan mandiri.

Salah satu upaya untuk memberdayakan potensi ekonomi umat serta membangun sebuah masyarakat yang mandiri adalah melahirkan sebanyak-banyaknya wirausahawan baru. Asumsinya sederhana, kewirausahaan pada dasarnya adalah kemandirian, terutama kemandirian ekonomis dan kemandirian adalah keberdayaan.<sup>15</sup> Namun kemandirian yang terbentuk dalam suatu komunitas, harus diimbangi dengan peranan sosial agama. Karena dalam interaksi komunitas (sosial) jika tidak diikuti dengan pengetahuan keagamaan maka dikhawatirkan akan menimbulkan kekacauan.

Peranan sosial agama harus dilihat terutama sebagai sesuatu yang mempersatukan. Dalam pengertian harfiahnya, agama menciptakan suatu ikatan bersama, baik di antara anggota-anggota beberapa masyarakat maupun dalam kewajiban-kewajiban sosial yang membantu mempersatukan mereka.<sup>16</sup>

Pada era modern, para kaum muslimah mulai tersentuh oleh perkembangan dunia *fashion* sehingga muncul sebuah komunitas mengatasnamakan “*Hijabers Community*”. *Hijabers Community* adalah sebutan bagi seorang muslimah baik individu maupun komunitas yang memakai *hijab* dengan potongan, warna dan gaya kerudung yang modis,

<sup>13</sup> AR Zahrudin dan Hasanuddin Sinaga, *Pengantar Studi Akhlak* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), 35.

<sup>14</sup> Fazlur Rahman, *Islam* (Bandung: Pustaka, 1997), 311.

<sup>15</sup> Nani Machendrawaty dan Agus Ahmad Safei. *Pengembangan Masyarakat Islam* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), 47.

<sup>16</sup> Elizabeth K. Nottingham, *Agama dan Masyarakat Suatu Pengantar Sosiologi Agama* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), 34.





*stylis, fashionable* dan modern. Sehingga tidak sedikit muncul para pebisnis atau wirausahawan dalam industri perdagangan yang menjual kebutuhan para *Hijabers Community* ini seperti pakaian, kerudung dan *accessories* yang melengkapi tampilan mereka. Dalam perkembangannya, dunia *fashion* ini mempengaruhi gaya busana dan gaya hidup umat muslimah era modern yang juga memberikan peluang yang cukup menjanjikan bagi para pelaku bisnis untuk bergelut dalam dunia *fashion*.

Dewasa ini, industri perdagangan semakin beragam seiring perkembangan zaman. Salah satunya dalam dunia *fashion*. Industri perdagangan kini tidak lagi hanya menjual barang-barang yang memang objek utamanya ialah barang itu sendiri, namun pada zaman yang sudah merangkak maju ini banyak para pebisnis yang juga menjual mode, tak sedikit barang-barang dengan mode dan motif-motif menarik menjadi objek utamanya selain kualitas barang itu sendiri. Para penikmat atau konsumen barang-barang tersebut khususnya dalam dunia *fashion* biasanya para *Hijabers Community* yang sekarang sudah menjadi *trend* di kalangan remaja putri sehingga banyak pebisnis atau wirausahawan yang mendirikan sebuah butik atau toko khusus menjual pakaian-pakaian atau kerudung lengkap beserta *accessories* dan perlengkapan lainnya. Atau tidak sedikit juga yang menjualnya secara *online*. Berkecimpung dalam bisnis *fashion* ini tentu memiliki peluang bisnis yang bagus untuk menghasilkan omzet yang tinggi karena begitu banyaknya konsumen yang menjadi penyuka *fashion* ini. Pada era modern, *trend Hijabers Community* di kalangan anak muda – khususnya para remaja perempuan sudah menjadi *trend* tersendiri, hal tersebut sudah berkembang dalam lingkungan tertentu yang mengatasnamakan *Hijabers Community*.

Dalam realitasnya, *trend* dunia *fashion* selalu berubah-ubah dan berkembang mengikuti perubahan zaman dengan durasi waktu yang relatif sebentar, maka tidak heran jika dunia *fashion* ini identik dengan kaum perempuan, karena kecenderungan mereka yang selalu ingin tampil cantik, *trendy* dan *stylis* di setiap kesempatan. Perkembangan dunia *fashion* ini diawali pada tahun 1920 dimana para perempuan yang memakai pakaian ala



sinderela merasa sangat tersiksa, karena harus memakai bentuk rok yang mengembang dengan ikat pinggang yang ekstra ketat. Sehingga muncul designer dunia bernama Coco Chanel yang menyuguhkan potongan, warna dan gaya yang mementingkan karakter seorang perempuan. Dari sinilah dunia *fashion* dimulai.

*Fashion* yang dimunculkan pada komunitas *Hijabers* di Cirebon ini pada awalnya tidak memiliki tujuan yang mengarah pada pengembangan ekonomi, adapun tujuan awal terbentuknya CHC antara lain: pertama, memperluas dan mempererat tali silaturahmi antar sesama umat Muslim, khususnya sekota Cirebon dan sekitarnya. Kedua, untuk memotivasi, mengajak dan menginspirasi wanita-wanita Muslim untuk menggunakan/memakai *hijab*. Ketiga, sebagai tempat saling berbagi ilmu, pengetahuan dan pengalaman yang bermanfaat. Terakhir, sebagai salah satu wadah dalam melakukan kegiatan-kegiatan sosial. Namun pada akhirnya, para komunitas *Hijabers* ini meluas program kegiatannya hingga ranah aktivitas ekonomi. Hal tersebut ditandai dengan munculnya pebisnis-pebisnis *fashion* di kalangan komunitas *Hijabers* Cirebon.

Berangkat dari latar belakang tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai komunitas *Hijabers* (*Hijabers Community*) yang ada di Cirebon dalam kaitannya dengan aktivitas ekonomi dan eksistensinya terhadap pengembangan aktivitas ekonomi berkaitan dengan strategi dan metode yang dilakukan para komunitas *Hijabers* (*Hijabers Community*) di Cirebon. Hal tersebut penting untuk diketahui dan digali secara mendalam mengingat Islam tidak hanya mengajarkan tentang beribadah tetapi juga dalam kegiatan perekonomian.

Penulis memilih CHC (*Cirebon Hijabers Community*) sebagai lokasi penelitian karena sebelumnya belum ada penelitian yang dilakukan di *Cirebon Hijabers Community*, selain itu para anggota *Community Hijabers* ini sebagian telah ada yang memiliki wirausaha sehingga memiliki potensi dalam penguatan ekonomi yang dapat diteliti terkait eksistensi komunitas *Hijabers* di Cirebon dalam pengembangan ekonomi yang digunakan, selain



itu komunitas ini selain memiliki identifikasi sosial dan agama juga meluas pada ranah ekonomi yang sesuai dengan jurusan penulis.

Penulis meneliti *Hijabers Community* yang terletak di Jalan Pemuda komplek Saphire Boulevard Blok E6 Cirebon yang berdiri pada tanggal 31 Juli 2011 ini, karena Cirebon memiliki latar belakang suku dan adat yang berbeda-beda, seperti suku Jawa dan suku Sunda yang membedakan karakteristik *Hijabers Community* di Cirebon dengan *Hijabers Community* di daerah-daerah lain. Selain itu, di *Hijabers Community* ini tidak hanya terdapat gaya hidup yang menjadi sorotan tetapi juga dalam aktivitas ekonomi.

Adapun pokok penelitian ini ialah untuk meneliti mengapa *Hijabers Community* di Cirebon mengalami perkembangan tidak hanya pada aspek sosial, agama, tetapi juga meluas ke aspek ekonomi.

## B. Perumusan Masalah

### 1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti mengidentifikasi masalah yang ada sebagai berikut:

- a. *Hijabers Community* di Cirebon mengalami perkembangan yang signifikan hingga ke aspek ekonomi.
- b. *Hijabers Community* memiliki strategi dan metode dalam aktivitas ekonomi yang dilakukan.
- c. Pada *Hijabers Community* terdapat beberapa faktor pengembangan aktivitas ekonomi.

### 2. Pembatasan Masalah

Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

- a. Perkembangan *Hijabers Community* pada aspek ekonomi.
- b. Aktivitas ekonomi *Hijabers Community* terkait strategi dan metode yang digunakan.
- c. Faktor-faktor pengembangan aktivitas ekonomi di *Cirebon Hijabers Community*.



### 3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, untuk mempermudah kajian dan agar penelitian yang dilakukan terarah pada satu objek sehingga menghasilkan hasil akhir yang komprehensif, integral dan menyeluruh sehingga relatif mudah dipahami dan dapat direpresentasikan. Maka dirumuskan beberapa masalah pokok sebagai berikut:

- a. Bagaimana Perkembangan *Cirebon Hijabers Community* (CHC) di Cirebon?
- b. Bagaimana strategi dan metode pengembangan aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh *Hijabers Community* di Cirebon?
- c. Faktor-faktor pengembangan ekonomi apa saja yang terdapat pada *Cirebon Hijabers Community*?

### C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan perumusan masalah dalam penelitian, penulis memiliki tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui bagaimana perkembangan *Cirebon Hijabers Community* (CHC) di Cirebon sehingga dapat tumbuh dan berkembang.
- b. Untuk mengetahui strategi dan metode pengembangan aktivitas ekonomi yang dilakukan *Cirebon Hijabers Community* (CHC) di Cirebon.
- c. Untuk memahami faktor-faktor pengembangan aktivitas ekonomi yang terdapat pada *Cirebon Hijabers Community*.

### D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat ataupun kontribusi baik secara akademis, teoritis, maupun praktisi.

#### 1. Manfaat Teoritis

- a. Menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti dalam mengembangkan hal-hal yang berhubungan dengan perkembangan ekonomi *Hijabers Community* sebagai upaya merespon kebutuhan masyarakat serta mengamalkan ajaran Islam.





- b. Menyumbangkan pemikiran bagi pihak *Hijabers Community* di Cirebon, menjawab problematika masyarakat dan ikut dalam mensyiarkan identitas agama Islam.
  - c. Sebagai referensi atau perbandingan bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian di masa mendatang yang berkenaan *Hijabers Comunity*.
2. Manfaat Praktis
  - a. Memberikan informasi mengenai manajemen dalam Islam terkait kegiatan usaha sehingga pada hakikatnya penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi komunitas khususnya upaya meningkatkan kegiatan dalam bidang ekonomi keagamaan.
  - b. Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi *Cirebon Hijabers Community* (CHC) dalam meningkatkan manajemen dalam usaha bidang ekonomi *Cirebon Hijabers Community* (CHC).
  - c. Penelitian ini sebagai implementasi dari fungsi Tri Dharma perguruan tinggi dan diharapkan dari hasil penelitian ini akan memberi kontribusi yang positif bagi dunia keilmuan yang ada di bidang ekonomi Islam khususnya pada Jurusan Muamalah Ekonomi Perbankan Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

## E. Penelitian Terdahulu

Setelah penulis melakukan penelusuran dan mengkroscek untuk mengetahui koleksi skripsi yang ada di jurnal internet dan Jurusan Muamalah Ekonomi Perbankan Islam, penulis tidak menemukan judul yang serupa dengan judul “Strategi dan Metode Komunitas *Hijabers* di Cirebon dalam Pengembangan Aktifitas Ekonomi (Studi atas *Cirebon Hijabers Community/CHC*)” yang penulis angkat sebagai judul skripsi. Namun setelah penulis mencari penelitian di berbagai kota, penulis menemukan beberapa penelitian yang sama-sama dilaksanakan pada komunitas *Hijabers* dengan judul-judul yang menarik. Penelitian-penelitian tersebut penulis jadikan sebagai penelitian.



Berikut merupakan beberapa skripsi dan jurnal tersebut yang membahas berkaitan dengan judul penelitian penelitian penulis:

### 1. Skripsi Riskiyana Ulfa (2014)<sup>17</sup>

Penelitian mengenai *Hijabers Community* pun pernah ditulis oleh Riskiyana Ulfa, Deasy Wulandari, N. Ari Subagio, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Jember di Jember - Kalimantan pada tahun 2014 dengan judul “*Pengaruh Hijabers Community Terhadap Gaya Hidup Dan Keputusan Pembelian Hijab Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember*”.

Dalam penelitiannya, Riskiyana Ulfa dan kawan-kawan menganalisis pengaruh signifikan *Hijabers Community* terhadap gaya hidup dan pengaruh signifikan gaya hidup terhadap keputusan pembelian *hijab*, serta pengaruh signifikan *Hijabers Community* terhadap keputusan pembelian *hijab* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember. Dalam penelitian tersebut, ide penulis sangat bagus karena meneliti gaya hidup dan perilaku konsumen dalam membeli yang merupakan realitas yang sering terjadi namun penulis tidak meneliti peluang dan keuntungan yang mungkin muncul bagi seorang yang membuka usaha (wirausahawan) dalam industri perdagangan khususnya dalam bidang *fashion*.

### 2. Yasinta Fauziah Novitasari (2014)<sup>18</sup>

Hal serupa juga pernah diteliti oleh Yasinta Fauziah Novitasari, Prodi Pendidikan Sosiologi Antropologi, FKIP UNS pada bulan April 2014 di Solo dengan judul “*Jilbab Sebagai Gaya Hidup (Studi Fenomenologi Tentang Alasan Perempuan Memakai Jilbab dan Aktivitas Solo Hijabers Community)*”, bedanya, Yasinta Fauziah Novitasari meneliti mengenai gaya hidup bagi Solo *Hijabers Community* yang dilihat dari tiga hal yaitu alasan perempuan bergabung dengan Solo *Hijabers*

<sup>17</sup> Riskiyana Ulfa, Deasy Wulandari dan N. Ari Subagio, *Pengaruh Hijabers Community Terhadap Gaya Hidup Dan Keputusan Pembelian Hijab Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember*, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Jember , Kalimantan, 2014.

<sup>18</sup> Yasinta Fauziah Novitasari, “*Jilbab Sebagai Gaya Hidup (Studi Fenomenologi Tentang Alasan Perempuan Memakai Jilbab Dan Aktivitas Solo Hijabers Community)*.” Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Jurusan Pendidikan Sosiologi Antropologi, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2014.



*Community*, pemaknaan jilbab bagi anggota Solo *Hijabers Community* dan aktivitas Solo *Hijabers Community*. Dalam penelitiannya, Yasinta Fauziah Novitasari sangat detail karena mengungkap secara mendalam hal-hal yang terkait pada *Community Hijabers Community* di Solo mulai dari pemaknaan jilbab bagi anggota hingga aktivitas *Hijabers Community* *Communitas* namun tidak meluas hingga aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh para anggota *Hijabers Community* sebagai dampak dari munculnya *Hijabers Community*.

### 3. Eka Desy Saputri (2002)<sup>19</sup>

Penelitian mengenai *Hijabers Community* juga pernah ditulis oleh Eka Desy Saputri Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin di Makassar pada tahun 2002 dengan judul “*Pengaruh Kehadiran Hijabers Community Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Pada Butik Dian Pelangi Makassar.*” Dalam penelitiannya, Eka Desy Saputri menganalisis pengaruh kehadiran *Hijabers Community* dengan menggunakan dimensi identitas, nilai, dan aktivitas terhadap keputusan pembelian jilbab pada Butik Dian Pelangi Makassar. Hal tersebut sangat menarik untuk diteliti karena identitas, nilai dan aktivitas para pengguna dan pembeli *hijab* sangat beragam sehingga menimbulkan banyak problematika, namun dalam penelitiannya tidak mengangkat mengenai perkembangan *Hijabers Community* itu sendiri sehingga situasi perkembangan *Hijabers Community* dewasa ini tidak diungkapkan dalam penelitiannya.

### 4. Taruna Budiono (2013)<sup>20</sup>

*Trend fashion Hijabers Community* juga pernah ditulis oleh Taruna Budiono, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, jurusan Ilmu Komunikasi, di Universitas Diponegoro Semarang pada tahun 2013 dengan judul “*Pemaknaan Tren Fashion Berjilbab Ala Hijabers*

<sup>19</sup> Eka Desy Saputri, *Pengaruh Kehadiran Hijabers Community Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Pada Butik Dian Pelangi Makassar*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Hasanuddin, Makassar, 2002.

<sup>20</sup> Taruna Budiono, *Pemaknaan Tren Fashion Berjilbab Ala Hijabers Community Oleh Wanita Muslimah Berjilbab Jurusan Ilmu Komunikasi*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, Semarang, 2013.



*Community Oleh Wanita Muslimah Berjilbab*". Penelitian Taruna Budiono ini memberikan gambaran tentang fenomena tren *fashion* berjilbab di kalangan wanita muda dan pemakaian jilbab yang dipakai oleh para mereka. Penelitian ini mengacu pada konsep *fashion* sebagai komunikasi, karena jilbab dianggap sebagai bagian dari *fashion* yang juga berguna untuk medium penyampaian pesan-pesan para pemakainya kepada orang lain.

Penelitian yang ditulis oleh Taruna Budiono ini sangat bagus karena peneliti menganalisis secara psikologi yang tentunya harus dilakukan secara cermat. Namun sayangnya, tidak mengungkap dari perspektif ekonominya, padahal dari hasil psikologi yang dihasilkan dapat dikaitkan dengan cara penjualan yang tepat sehingga memperoleh keuntungan yang maksimal.

#### 5. Ayu Agustin Nursyahbani (2012)<sup>21</sup>

Penelitian mengenai *Hijabers Community* juga pernah ditulis oleh Ayu Agustin Nursyahbani, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, jurusan Sosiologi di Universitas Indonesia (UI) dengan judul "*Konstruksi dan Representasi Gaya Hidup Muslimah Perkotaan: Studi Kasus pada Hijabers Community Jakarta tahun 2012*". Dalam penelitiannya, Ayu Agustin Nursyahbani memfokuskan kajiannya pada gaya hidup muslimah perkotaan melalui pilihan model berjilbab yang dipraktikkan *Hijabers Community*, selain itu dalam penelitiannya, Ayu Agustin Nursyahbani ini berupaya menggali bagaimana gaya berjilbab dan berbusana yang *fashionable* pada *Hijabers Community* dikonstruksikan dan kemudian digunakan sebagai simbol untuk merepresentasikan gaya hidup muslimah perkotaan. Temuan dalam penelitian Ayu Agustin Nursyahbani menunjukkan bahwa di kalangan muslimah anggota *Hijabers Community* terindikasi berkembang gaya hidup konsumtif yang melekat dengan budaya 'leisure time' dilihat berdasar pilihan aktivitas, tempat dan struktur konsumsinya. Kesamaan latar belakang sosial-ekonomi antar anggota *Hijabers Community* berkontribusi pada kesamaan pilihan pola konsumsi,

<sup>21</sup> Ayu Agustin Nursyahbani, *Konstruksi Dan Representasi Gaya Hidup Muslimah Perkotaan: Studi Kasus Pada Hijabers Community Di Jakarta*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Sosiologi, Universitas Indonesia (UI), Jakarta, 2012.





yang sekaligus jadi simbol status, serta gaya hidup anggota komite *Hijabers Community*. Modal simbolik ini menjadi potensi berkembangnya modal ekonomi maupun sosial, bahkan kultural, karena gaya berjilbab dan berbusana *Hijabers Community* yang *fashionable* dapat mengkonstruksi makna Islam dan jilbab sekaligus merepresentasikan gaya hidup muslimah perkotaan.

Penelitian yang ditulis Ayu Agustin Nursyabani ini cukup menarik karena mengkonstruksikan gaya berjilbab dan berbusana yang *fashionable* pada *Hijabers Community* sebagai simbol untuk merepresentasikan gaya hidup muslimah perkotaan di Jakarta, selain itu juga dalam penelitiannya sedikit mengulas dari aspek ekonomi namun tidak terlalu mendalam.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu diatas, penulis tertarik untuk meneliti perkembangan *Hijabers Community* di Cirebon terkait pendapatan wirausahawan yang terjun dalam bidang bisnis *fashion* dan pengaruhnya terhadap proses perkembangan *Hijabers Community* sehingga dapat berkembang secara signifikan, selain itu meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan aktivitas ekonomi pada komunitas *Hijabers Community* juga menarik untuk diteliti. Adapun lokasi penelitian penulis yakni di *Cirebon Hijabers Community* (CHC).

## F. Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir adalah gambaran pemikiran peneliti atas masalah yang akan diteliti.<sup>22</sup> Adapun pemikiran penulis untuk penelitian ini, berawal dari rasa penasaran penulis terhadap strategi dan metode yang diterapkan pada kalangan komunitas *Hijabers* dalam aktivitas ekonominya.

Dalam menerapkan strategi dan metode pengembangan aktivitas ekonomi, CHC mampu menciptakan para anggota yang terjun dalam dunia bisnis saling bersinergi dengan para pebisnis lain yang tergabung dalam anggota CHC. Simbiosis mutualisme yang terjalin dalam hubungan kerja sama antar anggota CHC tersebut (dalam hal bisnis) mampu mendirikan sebuah usaha ritail hijab, yakni *Hijabstory* yang sudah berkembang pesat

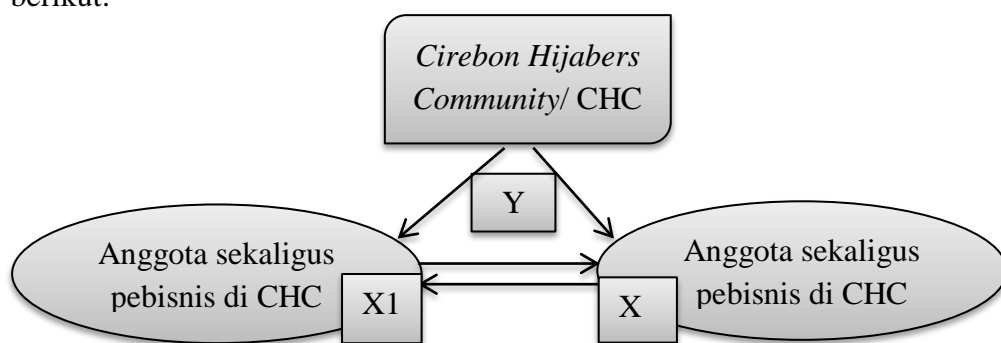
<sup>22</sup> Toto Syatori Nasehuddien, *Metodologi Penelitian* (Cirebon: Nurjati Press, 2001), 73.



dengan ditandai adanya 12 cabang di berbagai kota, seperti diantaranya Cirebon, Pekalongan, Bandung, Solo, Malang, Lampung, Bekasi, Karawang, Serang, Banjarmasin, Makassar, dan Pekanbaru yang kini akan meluas hingga Yogyakarta dan Cianjur.

Cabang-cabang tersebut terbentuk karena penerapan strategi dan metode pengembangan aktivitas ekonomi yang baik dengan didukung oleh faktor-faktor yang pengembangan ekonomi seperti sumber daya manusia yang bersifat Islami, permodalan, faktor budaya dan faktor adanya dukungan dari instansi atau pihak lain.

Adapun kerangka penelitian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 1.1**  
**(Kerangka Berpikir)**

Berdasarkan kerangka berfikir di atas, *Cirebon Hijabers Community/CHC* merupakan sebuah komunitas *Hijabers* yang memiliki beberapa anggota yang juga merupakan pebisnis yang cukup berkembang dan maju. Adapun dari beberapa pebisnis yang tergabung dalam komunitas CHC tersebut, saling bersinergi dan bekerja sama satu sama lain dalam mengembangkan usahanya sehingga membentuk suatu hubungan simbiosis, dimana hubungan yang berbentuk kerja sama tersebut saling menguntungkan kedua belah pihak. Dalam praktiknya, bisnis yang dijalankan tersebut tentu memiliki strategi dan metode yang menarik untuk diteliti.

## G. Metodologi Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara kerja yang dilakukan peneliti dengan menggunakan aturan-aturan baku dari masing-masing disiplin ilmu



yang digunakan.<sup>23</sup> Metodologi penelitian adalah cara atau strategi menyeluruh untuk menemukan atau memperoleh data yang diperlukan.<sup>24</sup> Penelitian kualitatif menggunakan metode kualitatif yaitu pengamatan, wawancara, atau penelaahan dokumen.<sup>25</sup>

Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya.<sup>26</sup>

Adapun metode yang dilakukan pada penelitian ini ialah kualitatif.

#### 1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki.<sup>27</sup>

#### 2. Sumber Data<sup>28</sup>

##### a. Kata-kata dan Tindakan

Kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber data utama. Sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis atau melalui perekaman *video/audio tapes*, pengambilan foto, atau film.

##### b. Sumber Tertulis

Sumber berupa buku dan majalah ilmiah juga termasuk kategori ini. Buku, disertasi atau tesis, biasanya tersimpan di perpustakaan. Sumber tertulis lainnya adalah dokumen pribadi, yaitu tulisan tentang

<sup>23</sup> Khaerul Wahidin, dan Masyhuri Taqiyuddin, *Metode Penelitian* (Cirebon: STAIN Cirebon, 2002), 21.

<sup>24</sup> Irawan Soebantono, *Metode Penelitian Sosial* (Bandung: Rosda Karya, 1996), 9.

<sup>25</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004), 9.

<sup>26</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian*, 11.

<sup>27</sup> Nazir, Moh. *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 54.

<sup>28</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004), 157-160.



diri seseorang yang ditulisnya sendiri. Selain itu, sumber tertulis juga dapat berupa dokumen resmi yang biasa terdapat pada instansi-instansi pemerintah atau swasta atau lainnya yang terkait dengan lokasi tempat meneliti.

c. Foto atau Dokumentasi

Foto menghasilkan data deskriptif yang cukup berharga dan sering digunakan untuk menelaah segi-segi subjektif dan hasilnya sering dianalisis secara induktif. Ada dua kategori foto yang dapat dimanfaatkan dalam penelitian kualitatif, yaitu foto yang dihasilkan orang dan foto yang dihasilkan oleh peneliti sendiri.

3. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah sebagai berikut:

a. Penelitian kepustakaan

Penelitian kepustakaan yaitu sumber data yang dikumpulkan dari buku kepustakaan yang berkaitan dengan objek yang diteliti.<sup>29</sup> Dengan cara membaca, memahami dan menginterpretasikan buku-buku, dokumen-dokumen yang berhubungan dengan pembahasan skripsi ini.

b. Wawancara

Dalam melakukan wawancara langsung, pewawancara dapat menggunakan daftar pertanyaan (*quesioner*), pedoman wawancara yang berisi butir-butir yang akan ditanyakan, atau tanpa kedua alat tersebut (wawancara bebas). Bagi peneliti, yang perlu disadari adalah bahwa dalam wawancara terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi hasil wawancara, yaitu: pewawancara, *key person* (informan), topik penelitian (yang tertuang dalam daftar pertanyaan), dan situasi wawancara.<sup>30</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti memilih enam orang informan sebagai sumber informasi, diantara adalah ketua CHC, sekretaris CHC, bendahara CHC, HRD Hijabstory, akunting Hijabstory dan salah satu karyawan Hijabstory. Peneliti memilih ketua CHC sebagai informan karena sebagai

<sup>29</sup> Kailan, *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Filsafat* (Yogyakarta: Paaradigma, 2005), 138.

<sup>30</sup> Adi Rianto. *Metodologi Sosial dan Hukum* (Jakarta: Granit, 2005), 73.





pendiri (ketua CHC) pasti lebih mengetahui mengenai sejarah dan perkembangan CHC termasuk program kegiatan yang rutin dilaksanakan khususnya dalam aktivitas ekonomi dibanding yang lain. Selain itu, dalam menjalankan programnya, peran seorang sekretaris pasti sangat berpengaruh untuk menggerakkan fungsi administrasi yang dibantu oleh bendahara dalam hal keuangan.

Peneliti juga memilih HRD Hijabstory sebagai informan mengingat HRD merupakan orang yang bertanggung jawab dalam pengelolaan dan pengembangan sumber daya manusia, yaitu dalam hal perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan kegiatan sumber daya manusia, termasuk pengembangan kualitasnya dengan berpedoman pada kebijaksanaan dan prosedur yang berlaku di Hijabstory dan bertanggung jawab memelihara dan menjaga citra Hijabstory. Selain itu, peran seorang akunting juga sangat berpengaruh dan merupakan informan yang mampu menjelaskan secara jelas mengenai hal biaya atau keuangan pada bisnis Hijabstory.

Selain hal tersebut di atas, peneliti juga memilih karyawan sebagai informan karena karyawan lebih memahami strategi dan metode menarik pelanggan sehingga para pelanggan merasa nyaman dan aman atas pelayanan yang diberikan.

c. Catatan Lapangan

Pada dasarnya catatan lapangan berisi dua bagian. Pertama, bagian *deskriptif* yang berisi gambaran tentang latar pengamatan, orang, tindakan, dan pembicaraan. Kedua, bagian *reflektif* yang berisi kerangka berfikir dan pendapat peneliti, gagasan, dan kepeduliannya.<sup>31</sup>

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan catatan lapangan yang berbentuk *deskriptif* dan *reflektif*, karena berupa gambaran yang mendeskripsikan hasil penelitian di lapangan. Selain itu, dalam penelitian ini juga terdapat analisis penulis yang merupakan refleksi dari catatan lapangan yang berbentuk pendapat, gagasan yang kemudian digambarkan melalui kerangka berfikir.

<sup>31</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004), 211.



d. Penggunaan dokumen

Akhir-akhir ini orang membedakan dokumen dan *record*. *Record* adalah setiap pernyataan tertulis yang disusun oleh seseorang atau lembaga untuk keperluan pengujian suatu peristiwa atau menyajikan akunting. Dokumen ialah setiap bahan tertulis ataupun film, lain dari *record*, yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan seorang penyidik.<sup>32</sup> Dalam penelitian ini, penulis menggunakan media rekaman atau *record* sebagai alat bantu ketika wawancara. Selain itu, penulis juga menggunakan beberapa dokumen yang didalamnya berisi agenda kegiatan dan dokumentasi (foto).

4. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis melakukan pendekatan sosiologi-ekonomi. Damsar dalam sinopsis bukunya yang berjudul *Sosiologi Ekonomi* mengatakan bahwa, “memahami persoalan-persoalan ekonomi terlihat bagian-bagian yang tumpang tindih antara fokus perhatian ekonomi dan fokus perhatian ilmu-ilmu sosial lainnya. Oleh karena itu, persoalan-persoalan ekonomi yang terdapat pada tingkatan individu masyarakat, negara (nasional) dan internasional tidak dapat dipecahkan lewat ilmu-ilmu ekonomi, tetapi harus bekerja sama dengan ilmu-ilmu sosial lainnya seperti sosiologi, psikologi, antropologi, dan politik.”<sup>33</sup> Oleh karena itu, dalam penelitian ini, penulis memanfaatkan sosiologi-ekonomi sebagai pendekatan yang akan dilakukan dalam menyelesaikan penelitian ini.

Sosiologi ekonomi didefenisikan sebagai studi tentang bagaimana cara orang atau masyarakat memenuhi kebutuhan hidup mereka terhadap jasa dan barang langka, dengan menggunakan pendekatan sosiologi.<sup>34</sup>

Sosiologi ekonomi dibangun pertama kali oleh Harisson White di Universitas Harvard, kemudian diteruskan oleh murid-muridnya seperti Robert Eccles, Wayne Baker, Michael Schwartz, dan terutama Mark Granovetter. Kubu ini diperkuat oleh Viviana Zalizer, Susan Shapiro, Richard Swedberg, Robert Holton, dan Paul Dimaggio. Ide dasar aliran pemikiran ini

<sup>32</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 216-217.

<sup>33</sup> Damsar, *Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1995).

<sup>34</sup> Damsar, *Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1995), 7.



dapat dirujuk kepada tiga proposisi utama yang diajukan oleh Swedberg dan Granovetter.

- a. Tindakan ekonomi adalah suatu bentuk dari tindakan sosial
- b. Tindakan ekonomi disituasikan secara sosial
- c. Institusi-institusi
- d. ekonomi dikonstruksi secara sosial.<sup>35</sup>

## 5. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen (alat utama) dalam mengumpulkan data adalah peneliti itu sendiri, karena hanya manusia (peneliti) yang dapat berinteraksi dengan *key person* (informan) atau objek lain. Selain itu, hanya peneliti (manusia) juga yang mampu memahami hal-hal yang terjadi di lapangan yang berupa fakta atau kenyataan kongkrit melalui indra penglihatan, indra pendengaran, daya berfikir dan lain sebagainya. Oleh karena itu, peneliti juga berperan serta dalam pengamatan.

Secara teori, fungsi peneliti kualitatif sebagai *human instrumen* adalah untuk menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya.<sup>36</sup> Dengan demikian, peneliti juga harus divalidasi untuk menentukan kelayakan peneliti sebelum menemukan hal yang belum mempunyai kepastian sehingga dalam mengembangkan hal tersebut peneliti dapat secara tepat mencapainya.

## 6. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis keabsahan data, penulis menggunakan teori triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian.<sup>37</sup>

Adapun prosedur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### a. Reduksi Data

Reduksi data adalah kegiatan merangkum suatu data dengan pokok permasalahan dan fokus terhadap hal-hal yang penting untuk menentukan

<sup>35</sup> Damsar, *Sosiologi*, 24.

<sup>36</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian...*, 222.

<sup>37</sup> Lexy J Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Rosda, 2004), 330.



tema dan polanya sehingga data dapat direduksi, yakni dapat memuat gambaran yang lebih jelas yang memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data lebih lanjut.

b. Penyajian Data

Penyajian data ialah mendisplaykan data yang telah direduksi yang berbentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan bersifat naratif.

c. Kesimpulan atau Verifikasi

Verifikasi adalah proses penarikan kesimpulan dan verifikasi yang berisi kesimpulan sementara yang sewaktu-waktu dapat berubah apabila tidak didukung oleh bukti-bukti yang kuat, namun apabila kesimpulan tersebut telah memiliki bukti yang valid dan konsisten, maka kesimpulan tersebut dapat dikemukakan.

## H. Sistematika Penulisan

Pada proposal penelitian ini dipandang perlu adanya sistematika penulisan, dengan tujuan mempermudah memahami substansi serta gambaran secara garis besar dalam penelitian. Maka secara global akan dipaparkan sebagai berikut:

Bab pertama, memaparkan pendahuluan yang di dalamnya memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian, metodologi penelitian, sistematika penulisan dan rencana waktu penelitian.

Bab kedua, menguraikan mengenai perkembangan CHC (*Cirebon Hijabers Community*) yang didalamnya memuat sejarah berdirinya CHC, Profil CHC, Struktur kepengurusan, tujuan CHC, karakteristik CHC, program kegiatan CHC, perkembangan CHC dan identitas CHC.

Bab ketiga, menguraikan mengenai strategi dan metode pengembangan aktivitas ekonomi yang didalamnya memuat strategi yang meliputi strategi penguatan konsep dan bauran pemasaran, strategi dan metode bersaing, strategi perluasan jaringan bisnis, hubungan antara *supplier* dan konsumen, strategi dan metode islami dan tahapan usaha yang sistematis.





Bab keempat, yakni faktor-faktor dalam pengembangan ekonomi yang didalamnya memuat faktor sumber daya manusia Islami, faktor permodalan, manajemen, faktor budaya dan faktor adanya dukungan dari instansi atau pihak lain.

Bab kelima adalah pembahasan final yang berisikan penutup meliputi kesimpulan dan saran-saran yang berdasarkan atas hasil analisis temuan di lapangan.

## I. Lokasi dan Rencana Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Cirebon tepatnya pada *Cirebon Hijabers Community* (CHC) tepatnya di Jln. Pemuda - Saphire Boulevard blok E6). Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan bahwa *Cirebon Hijabers Community* (CHC) merupakan salah satu komunitas *hijab* yang ada di Cirebon yang memiliki lebih dari 220 anggota yang juga memiliki kegiatan ekonomi yang sesuai dengan jurusan penulis. Selain itu, penulis lebih mudah dalam pengumpulan data penelitian, termasuk melakukan wawancara dengan informan. Sedangkan waktu yang dibutuhkan untuk melakukan penelitian ini yaitu selama 6 bulan, yakni bulan Oktober 2014 sampai dengan bulan Maret 2015. (Terlampir).





© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis pembahasan dan hasil temuan di lapangan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka akan disajikan beberapa kesimpulan berikut ini:

1. Perkembangan *Cirebon Hijabers Community* (CHC) tidak terlepas dari sejarah yang mengawali mengapa komunitas terbentuk. Berawal dari pengajian rutin mingguan di masjid At-Taqwa Cirebon, seiring munculnya *trend* komunitas *Hijabers* di berbagai kota, maka para Muslimah di Cirebon juga membentuk komunitas *Hijabers* pertama di Cirebon pada tanggal 31 Juli 2011 dengan Ratih Ruslan sebagai ketuanya. Adapun tujuan dibentuknya komunitas *Hijabers* di Cirebon adalah sebagai berikut:
  - a. Memperluas dan mempererat tali silaturahmi antar sesama umat Muslim, khususnya sekota Cirebon dan sekitarnya.
  - b. Memotivasi, mengajak dan menginspirasi wanita-wanita Muslimah untuk menggunakan/memakai *hijab*.
  - c. Sebagai tempat saling berbagi ilmu, pengetahuan dan pengalaman yang bermanfaat.
  - d. Sebagai salah satu wadah dalam melakukan kegiatan-kegiatan sosial.
2. Dalam praktiknya, strategi dan metode pengembangan aktivitas ekonomi setiap pebisnis berbeda-beda tergantung situasi dan kondisi saat menjalankan bisnis atau melaksanakan kegiatan ekonomi tersebut. Hal tersebut diterapkan guna menyesuaikan setiap kebutuhan yang berbeda-beda dari setiap pebisnis. Adapun strategi dan metode pengembangan aktivitas ekonomi di CHC meliputi hal-hal sebagai berikut:
  - a. Penguatan konsep dan bauran pemasaran.
  - b. Strategi dan metode bersaing.
  - c. Perluasan jaringan bisnis.
  - d. Hubungan antara *supplier* dan konsumen.

- e. Bersifat Islami.
- f. Tahapan usaha yang sistematis

3. Faktor-faktor dalam pengembangan aktivitas ekonomi di CHC meliputi faktor sumber daya manusia Islami, faktor permodalan, faktor penerapan manajemen, faktor budaya dan faktor adanya dukungan dari instansi atau pihak lain. Beberapa faktor tersebut sangat mempengaruhi aktivitas pengembangan aktivitas ekonomi yang terdapat di komunitas *Hijabers Cirebon*. Faktor pengembangan modal usaha menjadi faktor yang paling dominan dalam mengembangkan usaha di komunitas *Hijabers Cirebon*.

## B. Saran-saran

Sebelumnya hasil penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, karena beberapa faktor yang menyebabkan ketidaksempurnaannya hasil penelitian ini. Dari kesimpulan tersebut di atas maka, saran-saran yang dapat penulis sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Eksistensi *Cirebon Hijabers Community* (CHC) dalam melakukan aksi sosial dan pembumian *hijab* dapat melakukan kerja sama dengan lembaga-lembaga sosial keagamaan, sehingga dapat diharapkan terjalin komunikasi dan kerja sama dalam *event-event* satu sama lain, dengan masing-masing komunitas dapat memberikan keuntungan serta *Cirebon Hijabers Community* (CHC) sendiri dapat memperkenalkan komunitas dan karakternya.
2. Strategi dan metode pengembangan aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh para anggota *Cirebon Hijabers Community* (CHC) sudah sangat baik, apalagi dengan strategi retail yang diterapkan pada bisnis di *Hijabstory*, akan tetapi di *Hijabstory* tidak menerapkan analisis SWOT. Untuk itu, analisis SWOT juga bagus untuk diterapkan di *Hijabstory* guna menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman atau tantangan analisis SWOT pada bisnis *Hijabstory*.







## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Malik Abdul Karim Amrullah, *Tafsir Al-Azhar Jilid 4*, (Singapore: Kerjaya Printing Industries Pte Ltd, 2003).
- Abdullah Siddik. *Hukum Waris Islam*. Jakarta: Bina Pustaka. 1984.
- Adi Rianto. *Metodologi Sosial dan Hukum*. Jakarta: Granit. 2005.
- Agnes Sawir, *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005).
- Ahmad Al Raysuni dan Jamal Barut Muhammad. *Ijtihad antara teks. realitas. dan kemaslahatan sosial*. Jakarta: Erlangga. 2000.
- Anton Athoillah, *Dasar-dasar Manajemen* (Bandung: Pustaka Setia, 2010).
- AR Zahrudin dan Hasanuddin Sinaga. *Pengantar Studi Akhlak*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2004.
- Bambang Riyanto, *Dasar-dasar Pembelajaran Perusahaan, Edisi 3* (Yogyakarta: Yayasan Penerbit Gadjah Mada, 1990).
- Basir Barthor, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012).
- Basrowi, *Pengantar sosiologi* (Bogor: Gahalia Indonesia, 2005).
- Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2001).
- Bisri Cik Hasan dan Eva Rufaidah. *Model Penelitian Agama dan Dinamika sosial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2002.
- Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: CV. Alfabeta, 2005).
- Bukhori Alma dan D. Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2009).
- Burton A. Kolb, *Principles of Financial Management*, (Plano Texas: Business Publication, Inc., 1983).
- Damsar, *Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Prenada Media Group, 2009).
- David H. Bangs, *Pedoman Langkah Awal Menjalankan Usaha*, Terj. Matrodji Mustafa, (Jakarta: Erlangga, 1995).
- Dedi Mulyana, *Komunikasi Lintas budaya* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010).
- Departemen Agama RI, *Al- Qur'an Tajwid dan Terjemahannya* (Bandung: PT Syamil Cipta Media, 2005).
- Djaslim Saladin, *Manajemen Pemasaran: Analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian* (Bandung: Linda Karya Bandung, 2004).
- Djaslim Saladin, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian* (Bandung: Linda Karya Bandung, 2004).
- Djaslim Saladin, *Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran* (Bandung: Mandar Maju, 1996) Cet. 2.
- E. Jerome Mc Cathy & William D. Perreault, *Dasar-dasar Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1993).
- Edwid B. Flippo (yang diterjemahkan oleh Moh Masud), *Manajemen Personalia* (Jakarta: Erlangga, 1995).
- Elizabeth K. Nottingham. *Agama dan Masyarakat suatu pengantar sosiologi Agama* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2002).
- Endah Prapti Lestari, *Pemasaran Strategi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011).



- Eugene L. Grant, W. Grant Ireson dan Richard S. Leaven Worth, *Dasar-dasar Ekonomi Teknik* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1996).
- Fandi Tjiptono, et.al., *Pemasaran Strategik* (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2008), Cet. I.
- Fazlur Rahman. *Islam*. (Bandung: Pustaka. 1997).
- Frans Husken. Mario Rutten dan Dirkse Jan-Paul. *Indonesia di Bawah Orde Baru*. (Jakarta: PT Grasindo. 1997).
- Frazier Moore, *Hubungan Masyarakat (Prinsip, Kasus, dan Masalah)* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000).
- Herman Darmawi, *Manajemen Risiko* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006).
- Husein Umar, *Metodologi Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997).
- Irawan Soebantono. *Metode Penelitian Sosial*. (Bandung: Rosda Karya. 1996).
- J. Fred Weaton dan Eugene F. Brigham, *Dasar-dasar Manajemen Keuangan, edisi ke-7* (Jakarta: Erlangga, 1986).
- J. Winardi, *Entrepreneur dan entrepreneurship* (Jakarta: Prenada Media Group, 2008).
- Josep, P. Guiltan & Gordon, W. Paul, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1992).
- Kailan. *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Filsafat*. (Yogyakarta: Paadigma. 2005).
- Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Prenada Media Group, 2006).
- Khaerul Umam, *Perilaku Organisasi* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2010).
- Khaerul Wahidin. dan Masyhuri. Taqiyuddin. *Metode Penelitian*. (Cirebon: STAIN Cirebon. 2002).
- Kotler dan Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran: Edisi kesembilan, Jilid 1* (New Jersey: Prentice-Hall Inc, 2001).
- Kotler dan Armstong, *Dasar-dasar Pemasaran: Edisi kesembilan, Jilid 2* (New Jersey: Prentice-Hall Inc, 2004).
- Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2004).
- M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an Volume 13* (Tangerang: Lentera Hati, 2004).
- M.L. Jhingan, *Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1996).
- Manahan P. Tampubolon, *Manajemen Operasional* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004).
- Mark Casson, *Entrepreneurship* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), 253.
- Masri Singarimbun dan Sofian Effendi. *Metode Penelitian Survei*. (Jakarta: Pustaka LP3ES. 2004).
- Michael E. Porter dan Agus Maulana, *Strategi Bersaing* (Jakarta: Erlangga, 1980).
- Muhammad Asrori. *Study Islam Kontemporer*. (Malang: UIN-Malang Press. 2009).
- Musselman, Vernon A. And Eugene H. Hughes, *Introduction to Modern Business* (New Jersey: Prentice Hall-Inc, 1964).
- Nana Sudjana dan Ahwal Kusuma. *Proposal Penelitian: di perguruan tinggi* (Bandung: Sinar Baru Aldasindo. 2000).



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

- Nanah Machendrawaty dan Agus Ahmad Safei, *Pengembangan Masyarakat Islam* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001).
- Nazir. Moh. *Metode Penelitian*. (Bogor: Ghalia Indonesia. 2011).
- Peter Fisk, *Marketing Jenius* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2007).
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1996).
- Piotr Sztompka. *Sosiologi Perubahan Sosial*. (Jakarta: Prenada. 2004).
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*.
- Rebert A. Baron dan Donn Byrne, *Psikologi Sosial* (Jakarta: Erlangga, 2003).
- Robins dan Stephen P, *Organizational Behavior* (New Jersey: Prentice Hall, Inc. International Edition, 1996).
- S. Munawari, *Analisis Laporan Keuangan-cetakan ke-4* (Yogyakarta: Liberty, 1993).
- Sawidji Widoatmodjo, *Pasar Modal Indonesia* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009).
- Setiawan Hari Purnomo dan Zulkieflimansyah, *Manajemen Strategi* (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia).
- Soekanto dan Soerjono, *Sosiologi: Ruang lingkup dan Aplikasinya* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1990).
- Soetandyo Wignyosoebroto. *Norma dan Nilai Sosial*. (Jakarta: Kencana. 2004).
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi* (Jakarta: Raja Grafindo, 1999), Cet. 6.
- Sondang P Siagian, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta :Bumi Aksara, 2008).
- Stan Rapp & Tom Collins (yang diterjemahkan oleh Drs. Hifni Alifahmi), *Maxi Marketing* (Jakarta: Erlangga, 1995).
- Stephen C. Harper, *Extraordinary Entrepreneurship, The Professional's Guide to Starting an Exceptional Enterprise* (Canada: John Wiley & Sons, Inc., All right reserved, 2005), 225.
- Suherman Rosyidi, *Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010).
- T. Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Bagian Makro* (Yogyakarta: Kanisius, 1991).
- Teungku Muhammad Hasbi Ash Shiddiegy. *Fiqih Mawaris*. (Semarang: PT Pusaka. 1997).
- Toto Syatori Nasehuddien. *Metodologi Penelitian*. (Cirebon: Nurjati Press. 2001).
- UUD 1945 Hasil Amandemen & Proses Amandemen Uud 1945 Sekarang Lengkap (Pertama 1999 - Keempat 2002), Sinar Grafika : 2002.
- Veitsal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Bank* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2010).
- Winardi. *Manajemen Perilaku Organisasi*. (Jakarta: Kencana. 2004)
- Yazid, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Ekonisia, 2005).